

BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Makin berkembangnya jaman dan teknologi di berbagai bidang menyebabkan terjadinya banyak perubahan, baik perubahan secara fisik maupun perubahan non fisik. Perubahan non fisik yang dapat dilihat dengan jelas adalah berubahnya pola kehidupan, pola berfikir, selera, keinginan, dan kebutuhan individu masyarakat. Sejalan dengan itu makin banyak pula produk-produk yang dihasilkan dan ditawarkan di pasar dengan berbagai macam keunggulan dan keistimewaan masing-masing. Perubahan-perubahan tersebut dihadapi oleh semua perusahaan. Oleh karena itu, dalam prakteknya perusahaan membutuhkan manajemen untuk menjalankan fungsi manajerialnya. Pelaksanaan tersebut dapat dilakukan dengan kerjasama yang baik dan terpadu dari segala sumber daya yang ada dalam perusahaan, meliputi: pemasaran, produksi, finansial, dan lain-lain. Khususnya dalam pemasaran, perusahaan harus memperhatikan produk, harga, place, promosi dan service (pelayanan) yang disebut dengan "*marketing mix*". Dari kelima elemen tersebut, produk adalah yang terpenting untuk diperhatikan terutama untuk penyempurnaan dan peningkatan produk yang dihasilkan perusahaan. Untuk menghadapi keadaan tersebut, maka setiap perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang baik. Hal ini perlu sekali diperhatikan karena konsumen lebih tertarik pada produk yang kualitasnya lebih

baik. Dengan adanya uraian tersebut dapat dipastikan bahwa dia akan membeli produk yang bermerek dan berkualitas baik.

Selain itu konsumen makin peka serta kritis terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Agar dapat berhasil dalam memasarkan produknya maka para pengusaha atau pemasar harus berusaha menitikberatkan perhatiannya terhadap apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh konsumen, diharapkan perusahaan dapat menarik banyak konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Dalam usaha memenuhi selera konsumen tersebut perusahaan harus berhati-hati dalam memperhatikan kualitas, desain, corak dan warna produk yang dihasilkannya, supaya produk tersebut dapat diterima di pasaran. Menyadari pentingnya mengetahui kualitas produk yang dijual oleh “AJBS Swalayan”, maka dirasakan perlu untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai masalah ini. Dengan adanya pengukuran kualitas produk yang ditawarkan oleh “AJBS Swalayan” ini diharapkan perusahaan dapat menekan kekurangan-kekurangan yang terjadi sekecil mungkin, sehingga tujuan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas tinggi dapat tercapai sesuai dengan standar yang ditetapkan. “AJBS Swalayan” selain memperhatikan kualitas produk juga memperhatikan ,place, harga yang akan diberikan kepada konsumen, dan pelayanannya.

1.2. Perumusan Masalah

dengan mendasarkan pada latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, menimbulkan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah product, price, promotion, place, dan service secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian di “AJBS Swalayan” ?
2. Apakah product, price, promotion, place, dan service secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian di “AJBS Swalayan” ?
3. Apakah product berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian di “AJBS Swalayan”?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh product, price, promotion, place, dan service secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen di “AJBS Swalayan”.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh product, price, promotion, place, dan service secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di “AJBS Swalayan”.
3. Untuk mengetahui apakah product berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian di “AJBS Swalayan”.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti dan perusahaan:

1. Bagi peneliti

Peneliti dapat membandingkan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktek di perusahaan. Selanjutnya, dia dapat memberikan kontribusi pemikiran untuk memperbaiki praktek bisnis di perusahaan.

- Untuk memberikan informasi yang bermanfaat bagi semua pihak, baik pihak produsen maupun konsumen.
- Untuk membantu dalam memahami dan mengetahui sikap dan karakter pihak produsen dan konsumen.
- Untuk menambah perbendaharaan perpustakaan dan memberikan informasi serta merangsang pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Bagi perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui tanggapan konsumen terhadap produk yang dijual oleh perusahaan, apakah produk itu dapat diterima oleh konsumen atau tidak. Selain itu perusahaan dapat mengetahui bagaimana harganya, saluran distribusinya, promotion, dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Adanya penelitian ini maka dapat membantu perusahaan untuk menemukan kelemahan-kelemahan yang ada dalam perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada dalam perusahaan tersebut.

1.5. Sistematika Penulisan Tesis

Agar lebih mudah di dalam memahami skripsi ini maka penyajiannya disusun menjadi tujuh bab, sehingga dari bab ke bab mulai dari pendahuluan

sampai dengan simpulan dan saran dapat diikuti urutan-urutannya dengan jelas dan mudah untuk dipahami. Adapun sistematika penyusunan tesis ini adalah sebagai berikut:

Bab 1: Pendahuluan

Di dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat serta sistematika tesis

Bab 2: Tinjauan Kepustakaan

Dalam bab ini akan dipaparkan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan erat dengan masalah yang akan dibahas, hipotesis dan model analisis.

Bab 3: Kerangka Konseptual

Metode penelitian ini mencakup kerangka konseptual secara bersama-sama dan parsial selain itu berisi hipotesis.

Bab 4: Metode Penelitian

Metode penelitian ini mencakup desain penelitian, identifikasi variabel, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengukuran data, populasi, teknik pengambilan data, teknik analisis data, dan prosedur pengujian hipotesis.

Bab 5: Analisis Hasil Penelitian

Dalam bab ini penulis akan menguraikan deskripsi data, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab 6: Pembahasan

Dalam bab ini berisikan analisis SWOT dan analisis hasil penelitian dari bab yang sebelumnya.

Bab 7: Simpulan dan Saran

Merupakan bab penutup, yang berisikan simpulan-simpulan yang diambil dari uraian-uraian yang telah dibahas dalam bab-bab sebelumnya dan akan disertai pula dengan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan guna mengambil keputusan yang terbaik yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan pada khususnya dan pembaca pada umumnya yang mungkin juga menghadapi masalah yang sama.